

VU Research Portal

Pretpark Nederland: de disneyisering van de openbare ruimte
van Steden, R.

published in
De Groene Amsterdammer
2009

document version
Publisher's PDF, also known as Version of record

[Link to publication in VU Research Portal](#)

citation for published version (APA)
van Steden, R. (2009). Pretpark Nederland: de disneyisering van de openbare ruimte. *De Groene Amsterdammer*, 133(50), 26-29. <https://www.groene.nl/artikel/pretpark-nederland>

General rights

Copyright and moral rights for the publications made accessible in the public portal are retained by the authors and/or other copyright owners and it is a condition of accessing publications that users recognise and abide by the legal requirements associated with these rights.

- Users may download and print one copy of any publication from the public portal for the purpose of private study or research.
- You may not further distribute the material or use it for any profit-making activity or commercial gain
- You may freely distribute the URL identifying the publication in the public portal ?

Take down policy

If you believe that this document breaches copyright please contact us providing details, and we will remove access to the work immediately and investigate your claim.

E-mail address:
vuresearchportal.ub@vu.nl



De heropening van het Bos en Lommerplein, 24 juni 2007

Essay De disneyisering van de openbare ruimte

Pretpark Nederland

De openbare ruimte lijkt steeds meer op een pretpark: veilig, voorspelbaar en bomvol *fun*. Het gevolg is een samenleving zonder rafelranden, met bewoners die niet kunnen omgaan met onverwachte gebeurtenissen en ontmoetingen.

DOOR RONALD VAN STEDEN

WIE DOOR DE BINNENSTEDEN van Nederland wandelt, zal het niet ontgaan hoe homogeen hun uiterlijk is geworden. Overal dezelfde winkelketens die vrijwel identieke producten en diensten leveren. 'Mcdonaldization' is deze ontwikkeling ook wel genoemd. Op hetzelfde moment loopt er een proces dat verder gaat waar de mcdonaldisering ophoudt. Juist in een gelijkvormige omgeving proberen ondernemingen hun waar in een zo aantrekkelijk mogelijke omlijsting aan te bieden – een tendens die de Britse hoogleraar Alan Bryman met de term 'disneyization' heeft omschreven. Principes en waarden die zijn ontleend aan Disney worden op een globale schaal toegepast om te verlokken en te verleiden. In essentie gaat disneyisering om het 'opleuken' van producten, waardoor consumenten meer aanschaffen dan strikt noodzakelijk is. Hierbij zijn vier elementen leidend: thematisering, hybride consumptie, merchandising en klantvriendelijkheid.

Bij thematisering gaat het erom dat ruimten in 'een verhaal' worden geplaatst, zodat mensen iets bijzonders meemaken. Een aansprekend voorbeeld is het Efteling Hotel dat 'magische overnachtingen' aanbiedt. Bezoekers kunnen slapen in het huisje van Sneeuwwitje, bij de wolf en de zeven geitjes of in de koningssuite. Batavia Stad, een *factory outlet* bezijden Lelystad waar in de stijl van een oud-Hollands dorpje gewinkeld kan worden, spreekt tevens tot de verbeelding. Rond de plek waar een replica van het zeventiende-eeuwse schip de Batavia werd gebouwd, is een vestingstadje opgezet compleet met een zware muur, stadspoorten, klinkerstratjes en een reeks houten winkelgebouwtjes. Of neem het familieparadijs Holle Bolle Boom nabij Alkmaar. Naast een restaurant en camping omvat het complex een buiten- en binnenspeeltuin, een overdekt waterfestijn en een koddig supermarkdje – dit alles omlijst met sprookjesfiguren, een minigolfbaan en eettentjes.

Hierbij stuiten we meteen op het tweede element van disneyisering: hybride vormen van consumptie. Kamperen, horeca en kinderfeestjes worden innig met elkaar vervlochten. Ondernemers proberen langs deze weg mensen maximaal aan hun bedrijf te binden. Als bezoekers blijven plakken, zo is de gedachte, zullen zij kwistig geld blijven uitgeven.

Het derde element is merchandising: de verkoop van goederen met uit-

eenlopende, onder licentie geproduceerde merken en bedrijfslogo's. Het vrolijke Efteling-clowntje Pardoes is terug te zien in poppen en op bekers, luchthaven Schiphol verkoopt spulletjes met KLM erop en Artis de Partis steelt de show als knuffelbaar hebbedingetje van de welbekende dieren-tuin. Verkoop en reclame slaan twee vliegen in één klap.

Ten slotte noemt Bryman *'service with a smile'*: een uiterst klantvriendelijke en entertainende bejegening van mensen. Het Amsterdamse winkelwalleha Magna Plaza huurt ter verstrooiing van de klant een pianist in, tijdens de feestdagen komen we in menig stadscentrum kerstmannen tegen (soms compleet met arrenslee en rendieren) en stewardessen zijn speciaal getraind om reizigers gerust te stellen, waarbij zij meteen met taxfree drank, parfum en sigaretten rondgaan. Mensen moeten zich te allen tijde welkom weten en thuis voelen, zodat ze hun vrije tijd met volle teugen kunnen genieten.

Tegelijkertijd – en dat is het paradoxale – vraagt deze nadruk op aange-naam verpozen om stringenter regulering. De diverse controlemechanismen hebben op tal van zaken betrekking: het doen en laten van werknemers, het hoog houden van een imago, verkeersstromen, maar bovenal het in de gewenste banen leiden van klanten en gasten. Ruimtelijke inrichting en design in de vorm van wandelpaden, hekken, paaltjes en borden moeten in combinatie met toegangsvoorwaarden, huisregels, bewakingscamera's en particuliere beveiligers menselijk gedrag reguleren met het oog op een ongeremde vrijheidssensatie. 'Helemaal losgaan' valt perfect samen met de begrenzing hiervan. Ritjes in de achtbaan belichamen de ultieme kick, terwijl mensen toch stevig worden vastgesnoerd in hun stoeltjes. Schoon, heel en veilig zijn welhaast ongemerkt onderdeel van uitgekende marketingstrategieën geworden. Veiligheid stelt niet alleen gerust, maar nodigt ook uit.

DE UITNODIGENDE inslag van pretparken, winkelcentra en andere Disney-achtige omgevingen maakt dat de aanpak van criminaliteit, overlast en ander onmaatschappelijk gedrag veelal in private handen is terechtgekomen. Plat gezegd komt dit neer op het beginsel dat 'wie betaalt, bepaalt'. Particuliere beveiligers werken altijd in relatie met een opdrachtgever. Daarbij ontlent zij hun autoriteit aan de toegangsvoorwaarden en huisregels. Voordat mensen een vliegtuig of voetbalstadion betreden, stemmen zij impliciet in met de eis dat beveiligers hen aan een uitgebreide *security check* onderwerpen. Duidelijk leesbare borden bij de ingang geven aan dat zaken als vuurwerk, wapens, drugs en vloeistoffen niet worden getolereerd. Als de verboden worden overtreden, kunnen beveiligers mensen de toegang tot een terrein weigeren. Desnoods zetten beveiligers met behulp van politieagenten bezoekers uit als zij zich niet aan de regels hebben gehouden. Menig hooligan is zo met een stadionverbod naar huis gestuurd.

Dit heeft belangrijke maatschappelijke consequenties. Ten eerste wordt veiligheid instrumenteel ingezet. Criminaliteit en overlast worden niet langer in morele, maar hoofdzakelijk in financiële termen geïdentificeerd. De primaire doelstelling van beveiligers is om schade en verlies te voorkomen, niet het in de kraag vatten van dieven en vanden. Misdad wordt pas misdaad wanneer er bedrijfsbelangen in het geding komen. Een intrinsiek gemotiveerde normstelling – de ondersteuning van 'goed' en de bestrijding van 'kwaad' – ontbreekt.

Ten tweede worden veiligheid en sociale controle fijnmazig verweven met andere functies en aspecten van winkelcentra, luchthavens en overige *mass private properties*. Te veel opvallend aanwezige beveiligers kunnen de cliëntèle namelijk wel eens afschrikken. Ook camera'systemen en attente winkelbedienden hebben een taak bij het beperken van diefstal schade. Bezoekers van een winkelcentrum kunnen zich vrij bewegen, maar ze worden overal in de gaten gehouden.

Ten slotte verandert de aard van de afgegeven sancties. Civielrechtelijke instrumenten die bedoeld zijn om uitzetting en uitsluiting mogelijk te maken, raken steeds meer in zwing om overtreders van huisregels te straffen. Hierbij kan worden gewezen op de groeiende betekenis van *private justice* in onze samenleving. Een Nederlands equivalent van deze ontwikkeling is de invoering van de zogenoemde collectieve winkelontzegging

(cwo) als veiligheidsinstrument. Door middel van cwo's kunnen aangesloten ondernemers aan mensen die onwenselijk gedrag vertonen voor hun winkel een toegangsverbod opleggen van zes maanden tot een jaar. Particuliere beveiligers en leidinggevenden zijn hierbij de spin in het web. Zij moeten een overtreder, samen met een getuige, het cwo-formulier laten ondertekenen. Dwang is uit den boze wanneer die overtreder weigert; een cwo is ook rechtsgeldig als er twee getuigen tekenen. Daarna hebben beveiligers de taak om verwijderde sujetten blijvend buiten de deur te houden. Mocht na een eventuele strafrechtelijke vervolging toch vrijspraak voor een verdachte volgen, dan heeft dit geen direct effect op zijn cwo. Vrijspraak, zo is de redenering, neemt de mogelijkheid niet weg dat de betrokkene alsnog over de schreef gaat. Het is zaak alle kansen op denkbare, maar nog niet geconstateerde verliezen te voorkomen.

Dit voorbeeld toont aan dat de vrolijkheid van een pretparksamenleving ook zo haar schaduwzijden heeft. Met de cwo wordt het klassieke strafrecht buitenspel gezet, terwijl de rechtsbescherming voor burgers beperkt blijft. Attractieve omgevingen gaan gepaard met een aan de oppervlakte onzichtbare, doch zeer aanwezige en doeltreffende harde hand.

DE DISNEY-FILOSOFIE van consumptie aanwakkerende uitbundigheid is niet beperkt gebleven tot de vrijetijdsindustrie. Onder invloed van *city marketing* wordt ook het stedelijk domein neergezet als een aantrekkelijk 'thema' vol met positieve impressies en nieuwe ervaringen, inclusief een hotelarrangement, excursie en enthousiaste gids. De openbare ruimte als

In Amsterdam kunnen toeristen 'het fijne' van de rosse buurt leren kennen via 'een pikante en informatieve wandeling'

geheel is trekken van een gereguleerd pretpark gaan vertonen. Amsterdam beveelt toeristen aan 'het fijne' van de rosse buurt te leren kennen via 'een pikante en informatieve wandeling, die u rode oortjes zal bezorgen'. Vervolgens is het mogelijk uit te rusten tijdens een boottour door de hoofdstedelijke grachtengordel: 'de kalme rust van het water' zorgt voor een 'relaxte sfeer'.

Rotterdam pakt het heftiger aan met de organisatie van de Bavaria City Racing – 'Nederlands grootste Formule 1-event', waar een heel multimedia-spektakel omheen is georganiseerd. Een speciaal in het leven geroepen *gaming site* daagt geïnteresseerden vast uit: 'Stroomt er bij jou benzine door je aderen? Trap jij altijd het pedaal tot aan het metaal? Dan ben jij kandidaat om een van onze bolides als snelste door de straten van Rotterdam te brullen.' De pompde adrenaline en gierende banden slaan ervan af. Geheel opgewarmd kunnen liefhebbers de fraaie sportwagens die door het straatbeeld flitsen tegemoet treden. Na afloop is er een sleutelhangar van Rotterdam World Port City als geïnjige herinnering aan een onvergetelijke dag.

Parallel aan deze ontwikkelingen zetten gemeenten in op veiligheidsbeleid dat de logica van pretparken weerspiegelt. Stimulering van feestelijke uitspattingen gaat gepaard met een intensivering van beveiliging, toezicht en handhaving, met als gevolg dat er fantasiesteden ontstaan waar 'risicolose risico's' volop gekocht en genoten kunnen worden. Steden profileren zich op hun spannende anders-zijn, maar dan wel graag binnen een overzichtelijke en gebruikersvriendelijke setting. De opschooning, herinrichting en herovering van de Amsterdamse rosse buurt kan in dit licht worden geïnterpreteerd. Gewapend met de Wet Bibob probeert de gemeente van criminaliteit verdachte seksbazen uit het straatbeeld te verdrijven. Als zij de integriteit van hun bedrijfsvoering niet kunnen verantwoorden, gaat de tent dicht. Buiten op de Wallen worden zogenoemde Vliegende Brigades ingezet, bestaande uit toezichthouders, handhavers en hulpverleners. Samen met onder meer de politie en de GGD/GGZ binden zij de strijd aan tegen verloedering en overlast. Zwervers, verslaafden, gestoorden en ander hinderlijk volk moeten waar het kan worden

geweerd. Nieuwsgierige toeristen, flanerende dagjesmensen en schichtige behoeftigen vertoeven graag in een verzorgde en vredige omgeving.

Langs deze weg wordt de bekoorlijkheid van de grote stad afgemeten aan haar vermakelijkheidsgehalte. Wat steden bindt, schreef socioloog Anton Zijderfeld eerder, 'is het leuke, zo niet de pret. (...) Het is de pret-parkstijl. (...) Beschilde trams, van dichtregels voorziene vuilniswagens en ludiek ogend straatmeubilair – een enig begripje! – zijn tegenwoordig bekende onderdelen van tot pretparken omgebouwde steden. Uitgekeken op de spelletjes en shows van de televisie, zo lijkt het wel, willen we nu van de steden één grote audiovisuele en vermakelijke show maken.'

Zijderfeld besteedt in zijn verhaal geen aandacht aan het veiligheidsaspect; de aanwezigheid van stewards, beveiligers, portiers, uitsmijters en ander politie(achtig) personeel is iets van latere jaren. Zeker tijdens festivals zoals het Rotterdamse *racing event* en in het nachtleven valt dit op. Enerzijds hebben beleidsmakers en ondernemers bewust 'liminale' – dat wil zeggen: ambigue en desoriënterende – zones van verrukking en extase gecreëerd. Normale omgangsvormen, de normatieve setting van het 'gewone leven', worden even opzij gezet; vanuit winstoogpunt moet er gefeest en geflirt worden. Anderzijds gaat zulks gepaard met een neergaande spiraal van dronkenschap, vechtpartijen en veiligheidsmaatregelen. Zaken mogen onder geen beding uit de hand lopen.

HET DOOR DISNEYISERING aangeprezen en gestimuleerde consumptiegedrag wordt vaak verknoopt met het optimistische idee van (absolute) vrijheid. Impliciet wordt het liberale uitgangspunt gehuldigd dat individuen vrij moeten zijn om onafhankelijk en zonder belemmering hun levensgeluk vorm te geven. Niettemin dreigt de utopische aantrekkingskracht van 'veilige vrijheid' dergelijke uitgangspunten te verdringen voor een hang naar controle en beheersing. Neem het verschijnsel *gated communities*, compleet met eigen scholen, ziekenhuizen en winkelcentra zoals Celebration, Disney's modeldorp in Florida. Iemand die in zo'n dorp een huis koopt, moet een gedetailleerd contract ondertekenen. Daarin staan de in de gemeenschap geldende rechten en regels opgesomd, van het alcoholverbod tot de plaats waar de was moet worden opgehangen. Behaaglijke afzondering is het uitgangspunt, wat alleen kans van slagen heeft als een zo gelijkgezind mogelijke, en goed gereguleerde, bevolkingsamenstelling wordt geconstrueerd. Conflict en wrevel staan de propere *community*-identiteit alleen maar in de weg.

Bovendien laat het voorbeeld van gated communities zien dat binnen de context van een aan consumptie verslingerde samenleving de vrijheid van de één onevenredig veel ten koste gaat van die van de ander. Onge dwongen wonen, winkelen en recreëren is aan een relatief kleine elite voorbehouden die minderbedeelde bevolkingsgroepen zo ver mogelijk buiten de poorten wil houden. In extremo kunnen dergelijke tendensen uitmonden in wensen van zelfbarradering, als uiting van het passieve 'recht' alleen te worden gelaten.

Meer nog dan de gated community vormt dat van de *sports utility vehicle*, de SUV, een krachtig beeld. Hoog verheven in hun Hummer H3, BMW X5 of Audi Q7, compleet met airconditioning, *global positioning system* en mobiele telefoonverbinding zijn de bestuurders de soevereine heersers van het wegennet. Beschermd tegen alles en iedereen die hun voor de wielen loopt wanen zij zich vrij en veilig. Dat het evenwel om asymmetrische veiligheid gaat, leren de ongevalenstatistieken. En echt vrij zijn de benzine slurpende eigenaren ook al niet, afhankelijk als zij zichzelf en de samenleving maken van buitenlandse olieproducenten.

VOOROPGESTELD DAT een dagje pretpark of *fun shopping* heel gezellig kan zijn, roepen de hierboven beschreven ontwikkelingen de nodige bedenkingen op. Al eind jaren zeventig vroeg de socioloog Richard Sennett zich af of we niet zo met onszelf gepreoccupeerd zijn geraakt dat we geen interesse meer hebben in de wereld voorbij onze eigen genoegens. En of het publieke domein nog wel een plek biedt aan mensen om te participeren.

Sennett signaleerde een terugtrek naar het bekende en vertrouwde van de eigen private sfeer. Mensen trekken zich terug in zichzelf, in de huiselijke kring of in 'zuivere' en als zodanig 'antistedelijke' gemeenschappen,

belichaamd door *shopping malls* en gated communities. Algemene belangen en het vermogen om met anderen om te gaan, raken uit zicht, wat uiteindelijk aanleiding geeft tot twist en desintegratie. Een gefragmenteerde samenleving is het eindresultaat.

Recenter heeft de filosoof Ad Verbrugge gewaarschuwd voor een 'solipistische' levensinstelling. Hij bekritiseert de ondraaglijke lichtheid van reclame, entertainment en 'het moet gewoon lollig zijn', omdat er te weinig serieuze belangstelling overblijft voor de donkere en moeilijke kanten van het menselijk bestaan. Tegelijkertijd blijft de negativiteit van het leven wel degelijk ondergronds en onbewust dooretteren, wat volgens Verbrugge tot uiting kan komen in een kwaadaardige roes en plotselinge uitbarstingen van redeloze woede. Voorbeelden zijn de populariteit van agressieve computerspelletjes, donkere popmuziek, drugsgebruik en comazuipen tijdens uitgaansavonden – tendensen die maar al te snel 'zinloos geweld' en extra beveiligingsmaatregelen met zich meebrengen.

Ondanks het ietwat zware cultuurpessimisme waarmee deze beschouwingen gepaard gaan, is het hernieuwde accent dat wordt gelegd op meer communaristische benaderingen van vrijheid relevant als tegenwicht voor de onderhuidse leegte van een pretparksamenleving. In deze kritische benaderingen wordt vrijheid niet louter individualistisch opgevat als mogelijkheid van zelfontplooiing. Een mens kan, integendeel, pas vrij zijn wanneer hij of zij het leven actief invulling geeft, en dan draait het om meer dan 'doen wat ik wil'. Dit inzicht hangt samen met de idee dat veiligheid de grondtoon vormt van een stabiele samenleving en een fundamenteel sociaal goed is. Veilig verwijst niet alleen naar de afwezigheid van risico en gevaar, maar is eveneens constituerend voor het smeden van identiteit, vertrouwen en saamhorigheid.

Dat het mis kan gaan, komt in dit wereldbeeld niet op, terwijl tegenslagen onlosmakelijk bij ons bestaan horen

EEN STEDELIJK DOMEIN waarin naar hartelust geconsumeerd kan worden, maar dat verder van iedere gemeenschappelijkheid gespeend is, wordt onleefbaar. Wat op termijn achterblijft, is een stad zonder rafelranden, een hygiënische ruimte van gelijkgestemden. Dit is een uiterst precare situatie, aangezien het mensen almaar gevoeliger maakt voor onregelmatigheden en incidenten. Deze constatering is cruciaal, omdat in een pluralistische samenleving het uitgangspunt is dat mensen openstaan voor onverwachte ontmoetingen die hen dwingen met anderen om te gaan. Buiten onze eigen kaders kunnen denken is essentieel voor democratisch burgerschap.

Vanuit dit perspectief moeten ontmoetingen binnen het publieke domein niet alleen aangenaam en voorspelbaar zijn, maar tevens verwondering, korzeligheid en zelfs irritatie kunnen oproepen. Pretparken hebben op den duur iets saais en meligs over zich, omdat mogelijkheden van spontaniteit en ontsnapping tot een minimum worden gereduceerd. Daar komt bij dat pretparken eendimensionaal nadruk leggen op leuke en fijne ervaringen. Dat het onverhoeds mis kan gaan, komt in dit wereldbeeld niet op, terwijl tegenslagen als ongeluk, ziekte en dood onlosmakelijk bij ons bestaan horen. Gevolg kan zijn dat er snel paniekerig en in de verwijtende sfeer wordt gereageerd als het, ondanks alle genomen veiligheidsmaatregelen, toch een keer misgaat (een 'aanslag' op Koninginnedag!). Kunnen omgaan met wat ons eenvoudigweg overkomt, is van wezensbelang voor de draagkracht van een volwaardige samenleving. ♦

Ronald van Steden is universitair docent bestuurswetenschappen aan de Vrije Universiteit te Amsterdam. Dit essay is een bewerking van een hoofdstuk uit het deze week verschenen jaarboek van het Tijdschrift voor Sociale Vraagstukken, over het debat rond de openbare ruimte: Hans Boutellier, Nanne Boonstra en Marcel Ham (red.), Omstreden ruimte: Over de organisatie van spontaniteit en veiligheid, Van Gennep, 272 blz., € 22,50